

УДК 316.752

Елена Злобина*доктор социологических наук, заведующая отделом социальной психологии Института социологии НАН Украины***Olena Zlobina***Doctor of Sociology, Director of Department of Social Psychology of the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine***Любовь Бевзенко***доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела социальной психологии Института социологии НАН Украины***Lubov Bevzenko***Doctor of Sociology, Senior Research Fellow, Department of Social Psychology of the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine*

ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ ОБРАЗОВ ЖИЗНЕННОГО УСПЕХА – РЕЗУЛЬТАТ ВИЗУАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье приводятся результаты исследования ценностных оснований образов жизненного успеха. Авторами разработана и апробирована оригинальная визуальная методика, применение которой дало возможность определить неотрефлексированные ценностные платформы, на которые проецируются образы успеха. Было выявлено три относительно независимые переменные в ценностном пространстве, которые в реальном образе успеха начинают присутствовать как области трех центров притяжения, создающие внутреннее напряжение между символической притягательностью (а, значит, и ценностью) «Денег», «Семьи» и «Свободы».

Ключевые слова: ценностные ориентации, образы успеха, визуальное исследование

The article presents the results of research value grounds of images of success in life. The authors have developed and tested the original visual technique, the use of which has made it possible to determine the value unreflected platform on which are projected images of success. It was found three relatively independent variables in the space of values that are in the real image of success begin to be present as a field of three centers of gravity, creating internal tension between the symbolic appeal (and hence value), «Money», «Family» and «Freedom».

Keywords: value orientation, images of success, visual studies

У статті наводяться результати дослідження ціннісних засад образів життєвого успіху. Авторами розроблена і апробована оригінальна візуальна методика, застосування якої дало можливість визначити невідрефлексовані ціннісні платформи, на які проєктуються образи успіху. Було виявлено три відносно незалежні змінні в ціннісному просторі, які в реальному образі успіху починають бути присутніми як області трьох центрів тяжіння, що створюють внутрішнє напруження між символічною привабливістю (а, значить, і цінністю) «Грошей», «Сім'ї» і «Свободи».

Ключові слова: ціннісні орієнтації, образи успіху, візуальне дослідження

Проблема осмысления ценностных оснований поведения в русскоязычной социологической традиции теоретически была оформлена достаточно давно В. Ядовым в концепции диспозиционной регуляции поведения. Именно тогда были артикулированы идеи структуризации системы ценностных ориентаций на ядро, периферию и некоторые промежуточные слои [1]. Тогда же украинские социологи М. Е. Кунявский, В. Б. Моин и И. М. Попова обозначили причины возможных расхождений между декларируемыми ценностными конструктами сознания и реально побуждающими деятельность человека личностными ценностями. Среди выделенных ими причин наше особое внимание привлекли две. Одна связывалась авторами с тем, что реально действующие ценности не всегда адекватно осознаются и вербализуются субъектом в силу ограниченности его интеллектуальных возможностей, действия защитных механизмов и др. Вторая указывала на то, что адекватно осознаваемые ценности могут неадекватно вербально репрезентироваться в силу речевых табу и другого рода преград [2]. И хотя с момента осознания неких ограничений, связанных с процессом вербализации, прошло почти 30 лет, до сих пор не предпринимались попытки каким-то образом обойти эти препятствия.

Как известно, Ядов в качестве методического инструмента исследования ценностей использовал модификацию инструментария, предложенного М. Рокичем. По сути та же исходная идея Рокича, правда, серьезно трансформированная и обогащенная, была положена в основу опросников Ш. Шварца; на нее же ориентировались разработчики методики, использовавшейся для изучения базовых ценностей россиян в известном мониторинговом исследовании под руководством Н. Лапина [3]. Фактически именно появление методики Рокича знаменовало практически повсеместное переключение исследователей, работающих с пространством ценностных ориентаций, на структурированные опросники.

Среди методических проблем, традиционно фиксирующихся при их применении, можно отметить наличие жесткого набора ценностей, часть из которых может быть неприемлемой для респондента, в то время как значимые ценности в перечень не попадут. Существенной проблемой является подверженность влиянию социальной желательности [4]. Однако одно из наиболее существенных ограничений, на которое практически не указывают исследователи, заключается в том, что опросник воссоздает

ситуацию структуризации системы ценностных ориентаций в режиме дискретности. Респондент оценивает предложенные ценности изолированно друг от друга, и даже процедура ранжирования, предложенная Рокичем, не позволяет преодолеть эту дискретность в полной мере. Игнорируется характерная тенденция психики к организации опыта в доступное пониманию целое, на основе чего формируется гештальт, представляющий собой структуру, выводимую из составляющих ее компонентов.

Рефлексивные методы выявления ценностей, основанные на том, что респондент сам устанавливает жизненные приоритеты, позволяют преодолеть это ограничение, дают возможность рассмотреть структуру ценностных ориентаций в координатах, задаваемых самим человеком, а не навязанных исследователем.

Однако, что касается ограничений, связанных с процессом вербализации, то они не только не снимаются, а даже возрастают при переходе от количественного исследования к качественному, поскольку пространство свободно продуцируемых смыслов крайне велико, а интерпретация полученных описаний остается целиком за исследователем.

Стремление преодолеть сформулированные выше методологические трудности и ограничения подтолкнуло авторов к применению принципиально иного подхода к исследованию ценностных ориентаций, основанного на использовании в методике не вербального, а визуального материала.

Задачей проведенного авторами исследования было обнаружение с помощью визуальной матрицы символических проекций тех представлений об успешной жизни, которые регулируют практики успеха в актуальной для нас социокультурной ситуации. Целостность продуцируемого образа авторы попытались задать самой формулировкой задания. Респондентов просили «представить себе мир успешного человека», что давало возможность минимизировать дискретность восприятия представленного визуального материала. При этом авторы опирались на тезис Шюца, согласно которому «типическое истолкование поведения в более широком окружении означает такую интерпретацию своего ближнего и его поведения, словно он такой же человек, как и вот этот, как вот Вы, а его поведение – как это, как Ваше» [5, с. 932]. Исходя из этой посылки результаты трактовались как проекция респондентами в осуществляемых выборах ценностных оснований собственного мира.

Одна из проблем, которую авторы при этом решали, может быть сформулирована следующим образом: *Если пытаться перевести на язык ценностей полученные в результате исследования образы успеха, то каковы те часто неотрафлексированные ценностные платформы, на которые они проецируются? Можно ли представить это в виде единого непротиворечивого комплекса, или же это многофокусное образование, состоящее из противоречивых ценностных установок, что и делает индивидуальные практики успеха часто внутренне напряженными и противоречивыми?*

Как выяснилось, статистически обобщенная ценностная платформа, на которой базируются образные представления об успешной жизни, в основе своей противоречива, что порождает обнаруженный нами эффект ее многофокусности.

Остановимся на этих результатах детальнее.

Сначала несколько слов о самом исследовании. Подробно оно описано в работе авторов [6]. Искомая символическая проекция мира успешного человека конструировалась нашими респондентами из матрицы-конструктора, включающей 34 картинки-символы. В этот базовый набор были включены картинки-символы, отображающие разные составляющие мира человека и позволяющие конструировать мир успеха с высокой степенью вариативности. В словах эти картинки можно описать как: семья, брак, любовь, карьера, власть, слава, деньги, досуг, дружба, образование, награда, признание, карьера и т.д. Но особенность визуальной методики в том и состоит, что эти словесные аналоги очень условны, диапазон смыслов, которые могли картинкам-символам соответствовать, был достаточно широк. И что важно – эта широта диапазона принципиально неустранима. Смысловые нагрузки по каждому символу – продукт встречи респондента с картинкой, а по сути – встречи конкретной человеческой биографии с ситуацией работы с предложенным визуальным материалом. Здесь и появляется тот момент, где мы можем протянуть логическую связку между символическими проекциями мира успеха и ценностными основаниями их появления. Биография – это то, что продуцирует наши ценностные системы. Правда, нас они интересовали, скорее, в том виде, который можно соотнести с системами релевантностей у Шюца [7] или габитусом у Бурдьё [8]. Это не те ценности, которые мы готовы назвать, а те, которые мы готовы воплотить в практи-

ках. Картинки, символы нам кажутся куда более адекватным (по сравнению с анкетными словесными опросами) инструментом для «схватывания» ценностей именно на уровне практик.

Процедура конструирования более детально выглядела как трехкратное пошаговое удаление лишних картинок. На первом шаге респондента просили удалить 10 менее значимых, с его точки зрения, символа и оставить 24 картинки, на втором этапе – еще 10 лишних символов и оставить 14. На третьем шаге – еще 5 и в результате оставить 9 итоговых символов, которые и давали гештальт-образ искомого мира успешного человека¹.

В данной статье мы хотим остановиться на одном из результатов, который был получен на основе обработки данных по ответам 160 респондентов². Корреляционный анализ полученных результатов показал сложное структурирование предложенного нами базового пространства символического выбора (34 упомянутых символа). Как выяснилось, в нем появляются три относительно независимых центра символического притяжения. Одним таким притягивающим символом оказались деньги (и централизованные вокруг символы объективного успеха – власть, слава и т.д.). Тех, чьи образы успеха притягивались к этому символу, мы условно назвали материалистами. А вот для других, кого мы обозначили как идеалистов, одного уверенно центрирующего всю картину символа не оказалось. Выяснилось, что в заданном символическом наборе для них, в свою очередь, есть два притягивающих символических «скопления», в фокусе которых находятся символы многопоколенной семьи и символ свободы.

Мы предположили, что, с одной стороны, обнаружение корреляционных связей между символами позволит найти те метасимволы или метасмыслы, которые эту корреляцию обеспечивают. С другой стороны, поместив в центр корреляционной звезды тот или иной символ, мы можем понять, какой же смысл реально он обретал в процессе опроса. Нужно сказать, что по ряду символов мы получили очень неожиданные для нас результаты.

Анализировались парные корреляции между всеми работающими в опроснике символами. Основанием для анализа послу-

¹ Респонденты фиксировали порядок удалений, что дало возможность осуществить корреляционный анализ.

² Группа опрашиваемых была сбалансирована по полу и возрасту.

жили все три итерации удалений и девятка итоговых символов. При этом нами принимались во внимание как положительные, так и отрицательные корреляции, что вылилось в довольно красноречивые картины притяжений – отталкиваний между символами. Полученная матрица парных корреляций дала возможность увидеть, каковы связи между всеми представленными символами. Рассмотрим эти связи подробнее.

Оказалось, что достаточно четко различаются несколько групп символов, которые согласованно сохраняются/удаляются респондентами. Причем группы эти часто друг друга взаимно исключают. Если остаются одни символы, то с высокой вероятностью можно ожидать, что будут удалены другие. Очевидно, именно эти группы и составляют основу внутренне связанных, поразному сконструированных символических пространств успеха.

На рис. 1 дана первая группа символов, связанных в прочный корреляционный узел. Как видим, в центре этого узла деньги. Вокруг – вполне ожидаемые символы внешнего, объективного успеха. Можно сказать, что наша конкретная культурная ситуация перерабатывает этот кро-

скультурный «джентельменский набор» маркеров успешности в сторону доминирующего маркера – денег. Если попытаться высказать это в терминах ценностей, то это явно ценности глубоко материальные и это то ценностное ядро, которое направляет все выборы, связанные с внешним успехом. Если говорить об этом в терминах доминирующих практик, то это будет «иметь». Это не столько «иметь деньги», сколько «иметь возможность тратить деньги на...». Практики потребления, демонстративного потребления здесь оказываются вполне логичной практической доминантой. Если использовать термины габитуса, то это габитуальная, телесно и бессознательно укорененная настроенность на практики статусного, престижного потребления и практики увеличения богатства. Центрированный таким образом габитус противится всяким благотворительностям, самосовершенствованиям и всему, что не поможет продемонстрировать наличие денег или приблизиться к их приобретению. Ни помощь нищим, ни братья наши меньшие в этот круг притяжения не попали.

На рис. 2 дана вторая группа этих символов. И вот тут появилась та неожиданная

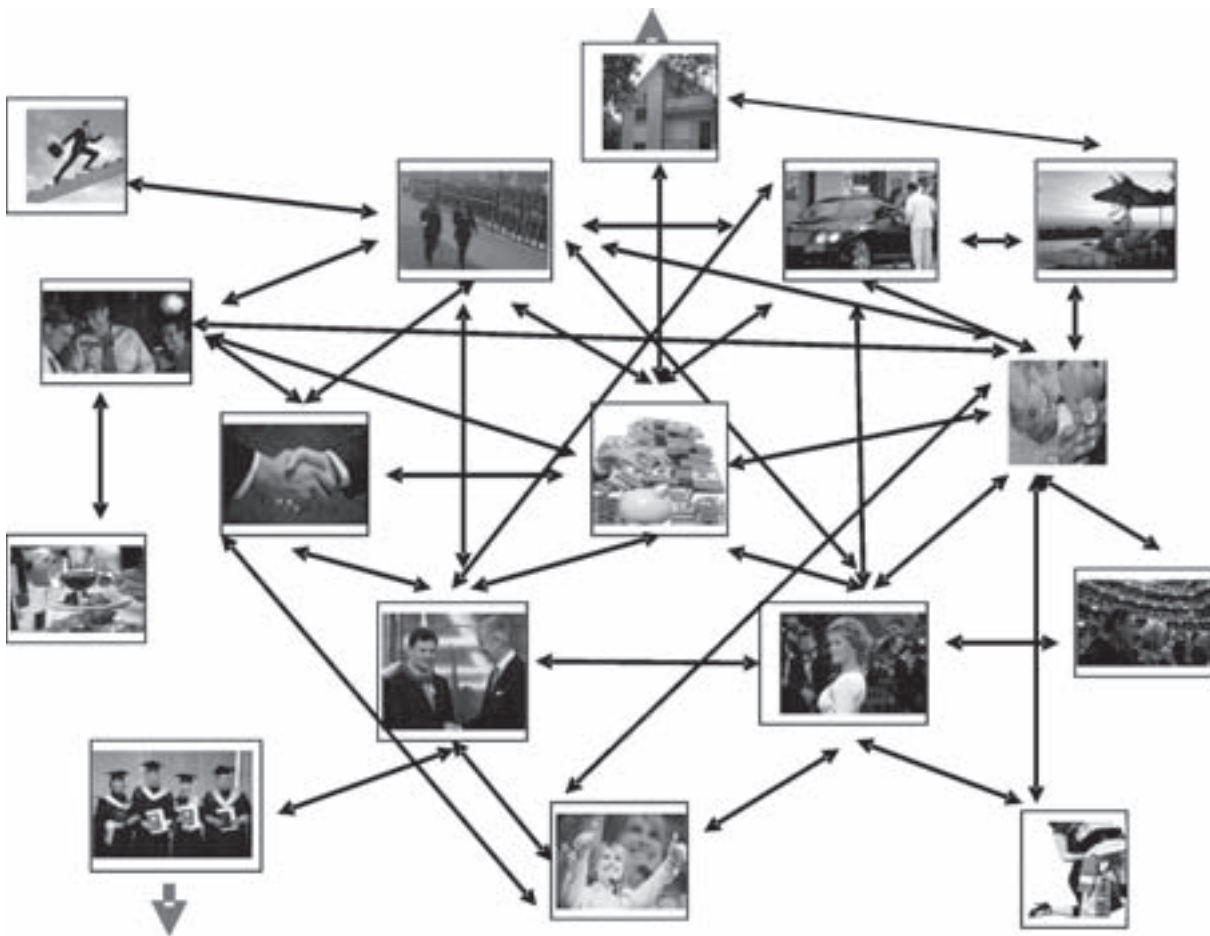


Рис. 1. Символическое пространство образов «внешнего» (объективного) успеха

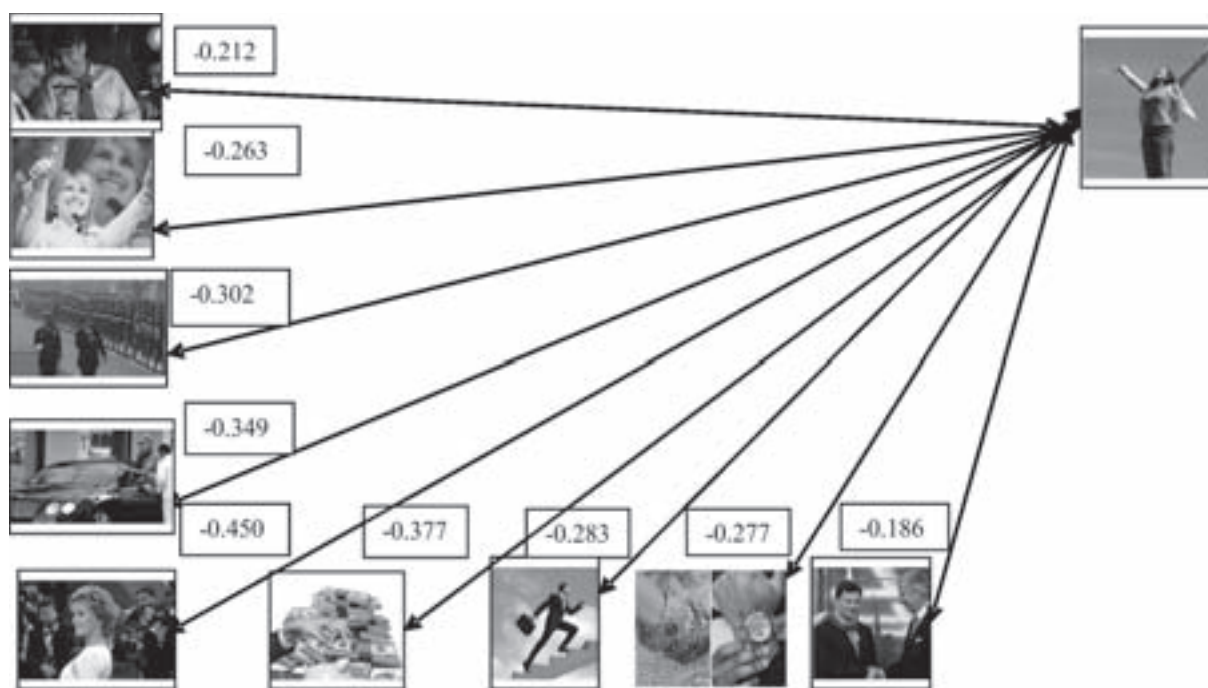


Рис. 3. Символ «свобода» и его отрицательные корреляции с символами внешнего успеха

назвать изображенную на рис. 1 картину «конечной областью значений» для того образа успеха, который там отражен. Перед нами фактически половина предложенных респонденту образов (16 из 34), и при этом лишь три наиболее периферийных из них имеют какую-то связь с иным пространством успеха, отображенным на рис. 2. Это образование, дом и экзотический отдых. Поскольку образы эти «переходные», то можно предположить, что они по-разному «читаются» в этих разных смысловых мирах. В мире статуса и богатства (внешнего объективного успеха) образ дома (пусть даже усредненный) является как бы материализацией финансового успеха и в этом качестве вполне уместен. Наличие в этом мире образования отражает признание его в качестве атрибута успешности.

Что касается мира, отображенного на рис. 2, то в этом символическом пространстве насчитывается 17 образов, два из которых – образование и дом входят и в мир успеха внешнего. Причем символы эти в обоих мирах оказались периферийными. Образование, связанное во внешнем мире с наградой, в мире внутреннем связалось с книгой, олицетворяющей мир знаний в широком смысле слова, и связанной далее с ядерными конструктами свободы и большой семьи. А дом, связанный в мире внешнем с образом богатства, в мир личностный включился через малую семью, совершенно точно отразив два главных прочтения, выявленные при тестировании образа: его чи-

тали либо как символ благосостояния, либо как «родной дом». По большому счету, это иной по отношению к отраженному на рис. 1 конечный мир значений: мир свободы и личностных связей, мир личного счастья, не требующий внешних атрибутов и статусных маркеров

Посмотрим теперь на отношения между этими центрами притяжения в общем пространстве успеха более пристально.

Для того, чтобы определить, что же находится «за горизонтом» власти, славы и богатства, мы попробовали определить те ключевые образы, которые наиболее явно диссонировали в представлениях респондентов с уже рассмотренным выше миром объективного успеха. Критерием поиска служило наличие наиболее сильных отрицательных корреляций с образами ядра мира «внешнего успеха». И наиболее явное взаимное отрицание обнаружилось довольно быстро. Символ, который отрицательно скоррелировал с 5-ю центральными и 4-мя периферийными образами пространства «внешнего успеха», был символом который мы для себя обозначали как «свобода».

Все выглядит очень красноречиво даже при взгляде на изображение (рис.3) обнаруженного в ходе анализа корреляционной матрицы противостояния свободы, с одной стороны, и всех символов успеха из списка внешнего успеха – с другой. Мир социально признанного успеха притягивает своей насыщенностью, полнотой материальной и эмоциональной жизни. Но в нем при этом чувствуется при-

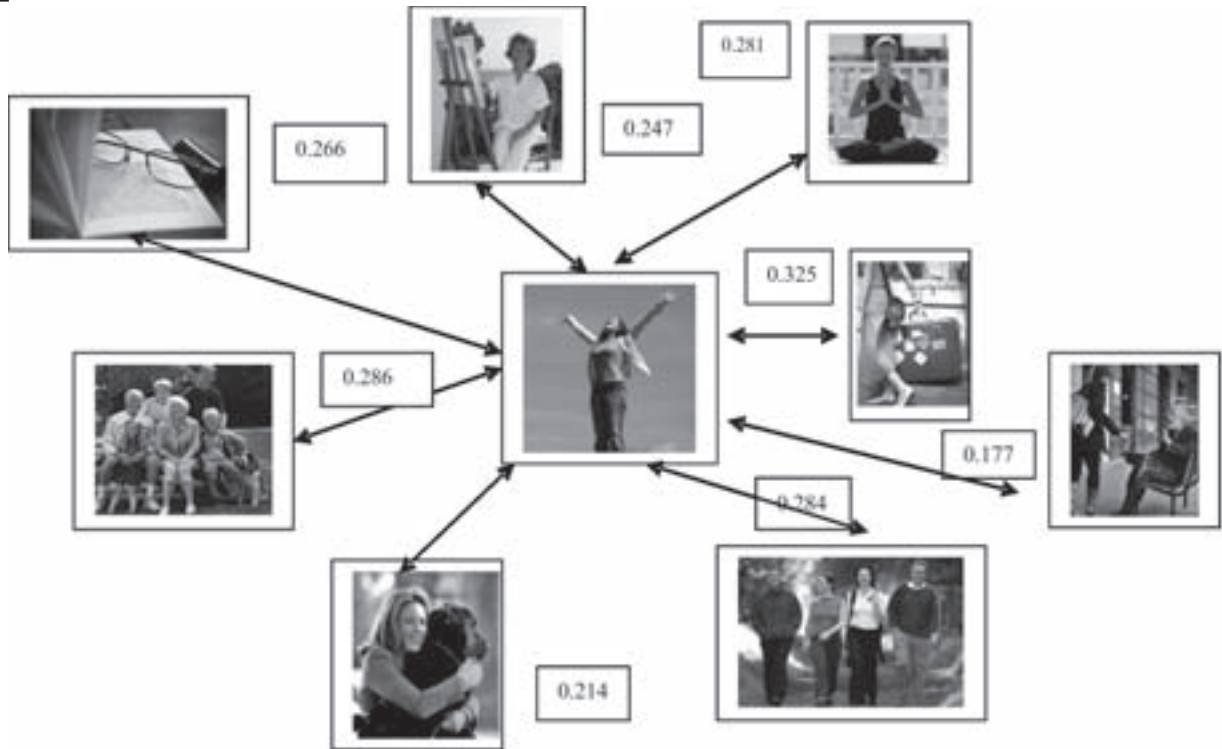


Рис. 4. Символ «свобода», положительные корреляции с другими символами

земленность, даже движение вверх по карьерной лестнице тормозится оттягивающим руку кейсом. И все это очень явно на фоне обращенной вверх, как бы летящей «свободы».

Очевидно, что для тех, кто мыслит и переживает успех в координатах внутренних (субъективного успеха), а не внешних, символическое пространство, центрированное

вокруг свободы, должно быть наполнено чем-то иным, нежели роскошь и власть. Как мы уже показали на рис. 2, наш исходный набор символов позволил респондентам сконструировать этот альтернативный мир успеха достаточно внятно.

Посмотрим на внутреннее устройство этого альтернативного мира несколько де-

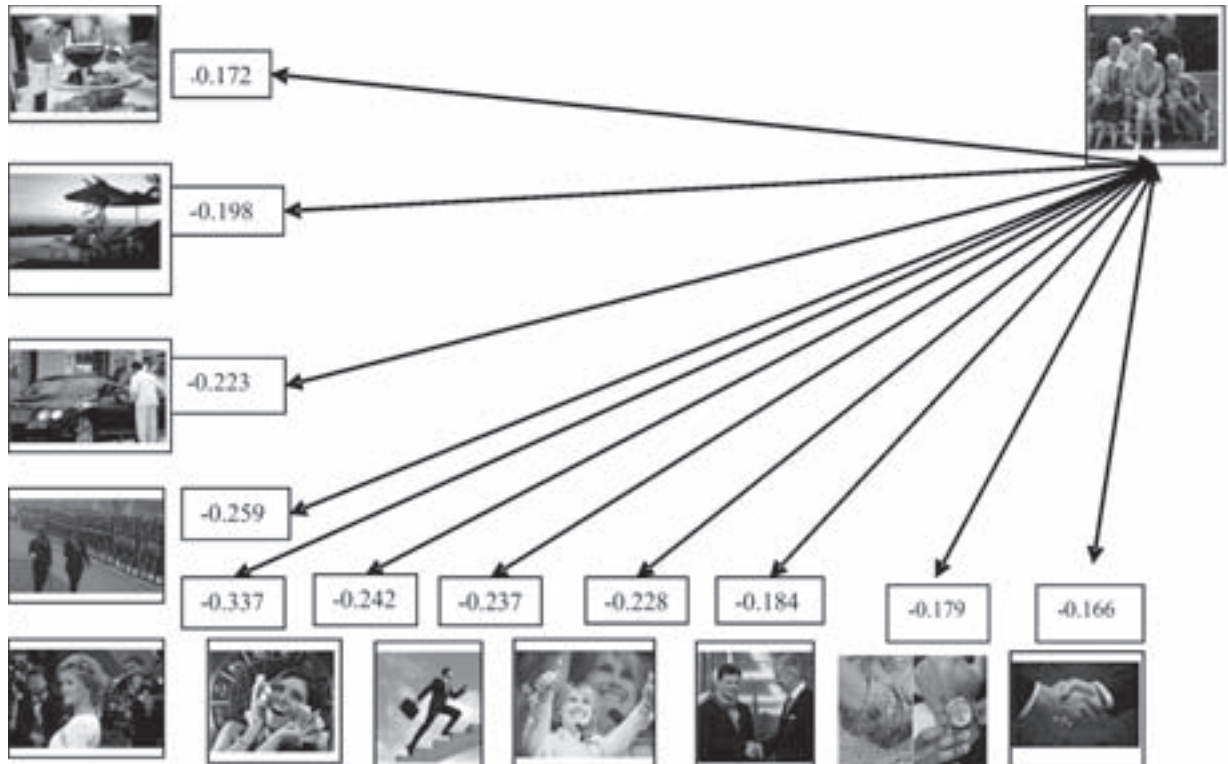


Рис 5. Символ «многопоколенная семья». Отрицательные корреляции

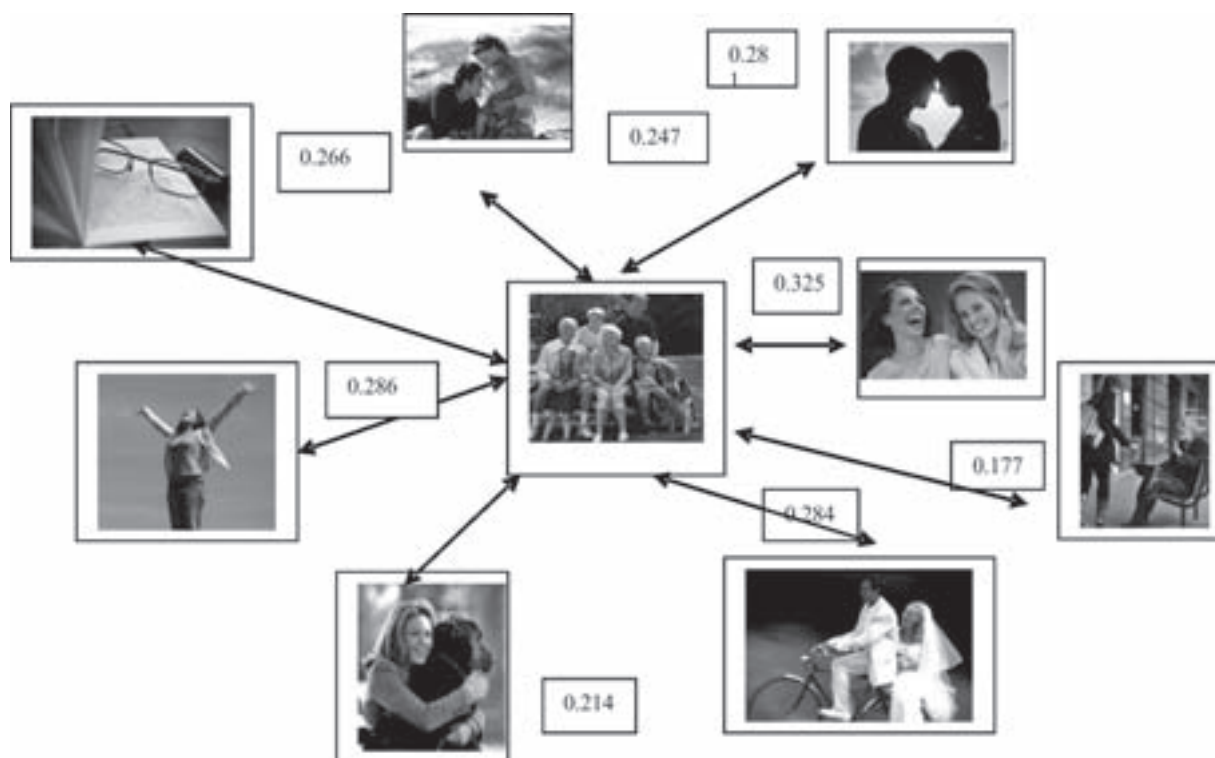


Рис. 6. Символ «многопоколенная семья». Основные положительные корреляции

тальнее. Обратимся теперь к символам, которые положительно коррелировали со свободой (рис. 4).

Об этом можно сказать: это мир «Я», для которого центральной темой является саморазвитие. Способами самосовершенствования и духовного роста выступают творчество, книги, медитация, способами открытия мира – слияние с природой, путешествия, а выражением достигнутого духовного уровня – бескорыстная помощь (сырым и бессловесным). Другие люди (друзья, семья) здесь как бы подчеркивают эту личностную гармонию. Конечно, это не обязательно мир конкретного респондента, но это мир, который в сознании по крайней мере части из опрошенных является внутренне непротиворечивым выражением ключевого ценностного устремления. Очевидно, что он также является миром «конечных значений», построенным из предложенного в матрице материала.

Интересно посмотреть более пристально и на другой центр притяжения из отображенных на рис.2 корреляционных связей. Здесь логично было в центр внимания поставить символ большой семьи. Анализ корреляционной матрицы показал, что наибольшее количество как положительных, так и отрицательных корреляций с другими образами давал именно этот символ большой разнопоколенной семьи. Причем его полярность миру успеха внешнего была столь же очевидна, как и полярность

образа свободы. Образ семьи отрицательно скоррелировал с 11 символами мира, власти, славы и наград, не дав значимой отрицательной корреляции только с одним ключевым образом – богатством (рис. 5).

Символическое пространство, центрированное символом «многопоколенной семьи» и полученное путем анализа положительных корреляций, представлено на рис. 6. Оказалось, что его конфигурация частично совпадала с пространством личным, однако отличалась акцентированием темы личностной близости, о чем уже говорилось выше. Для такой модели успеха любовь идеальная, представленная символами, центрированными вокруг свободы, поступилась местом любви земной, здесь явно просматривается желание любить и быть любимым. И в этом контексте важна не только любовь пары или любовь к ребенку, но и любовь к животным, дружеская близость, милосердие.

В итоге можем сказать: речь идет о трех относительно независимых переменных в ценностном пространстве, которые в реальном образе успеха начинают присутствовать как области трех центров притяжения, создающие внутреннее напряжение между символической притягательностью (а, значит, и ценностью) «Денег», «Семьи» и «Свободы». (Конечно, семантика этих символов может варьироваться; как вариант – «Финансовая независимость», «Социальная укорененность», «Стремление к самореа-

лизации и творчеству»). Напряженность между этими символическими центрами (и отвечающими им ценностями) делает часто противоречивыми те символические регуляторы практик успеха, которые мы получаем в каждом отдельном случае. У кого-то деньги подтягиваются ближе к семье,

у кого-то семья подтягивается ближе к самореализации. Правда, самореализация и деньги, как показали корреляционные картины, сближаются с трудом. Обнаруженная напряженность в пространстве символическом, как можно ожидать, сказывается и на реальных практиках успеха.

Литература

1. Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975. – С. 89 – 106.
2. Кунявский М. Е. Сознание и трудовая деятельность (ценностные аспекты сознания, вербальное и фактическое поведение в сфере труда) / М. Е. Кунявский, В. Б. Моин, И. М. Попова. – Киев-Одесса : Вища школа, 1985. – 187 с.
3. Динамика ценностей населения реформируемой России / под ред. Н. И. Лапина и Л. А. Беляевой. – М. : Эдиториал УРСС. – 1996. – 224 с.
4. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. – СПб. : Речь. – 2004. – 70 с.
5. Шюц А. Основы теории понимания чужого / Альфред Шюц // Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом : пер с нем. и англ. / Альфред Шюц. – М. : РОССПЭН. – 2004. – С. 802 – 855.
6. Злобина Е. Образы успеха: опыт визуального исследования / Е. Злобина, Л. Бевзенко. – К. : ІС НАНУ, 2012. – 236 с.
7. Шюц А. Размышления о проблеме релевантности / Альфред Шюц // Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом : пер с нем. и англ. / Альфред Шюц. – М. : РОССПЭН. – 2004. – С. 235 – 398.
8. Бурдьё П. Структура, габитус, практика / П. Бурдьё // Журнал социологии и социальной антропологии. – Том I, 1998. – № 2. – С. 44 – 59.